传统出版与数字出版融合发展思考与建议

李 冰 高洪霞
（电子工业出版社，北京 100000）

摘 要：随着互联网技术与信息技术的发展，图书出版的生态环境已经发生了重大的改变。传统出版与数字出版出现了融合发展的趋势。本文基于数字出版的特征，分析传统出版的数字化转型给行业带来的挑战和机遇，并对图书出版融合发展模式提出一些建议。

关键词：互联网技术；信息技术；图书出版；数字化转型；融合发展 **中图分类号：**G237 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-122-04 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.036
本文著录格式：李冰，高洪霞．传统出版与数字出版融合发展思考与建议 [J]. 中国传媒科技，2022（06）：122-124，157.

导语

传统出版千百年来已经形成了非常成熟的体系，也拥有自身的优势，如内容历经精心编辑、装帧设计赏心悦目等。随着信息技术的深入应用，数字出版产业蓬勃发展，内容形式多种多样，出版周期更短，盈利模式多元化，给传统出版带来了巨大的挑战与机遇。在全新的形势下，出版业亟需有效融合传统出版和数字出版，充分发挥两种出版方式各自的优点，推动出版业进一步健康、稳定、可持续发展。

1. 传统出版的特点

1.1 传统出版的优点

中国在传统出版方面有着悠久的历史。造纸术和活字印刷术为纸媒出版奠定了非常重要的基础。长久以来，人们已经习惯于传统阅读，因为传统出版有其得天独厚的优势。例如，在信息爆炸年代，想要从海量信息中甄别准确可靠的内容是非常难的。传统出版已经有了非常成熟的流程体系，包括调研、策划、论证、撰写、编辑加工、印刷等，经过层层把关，出版物才能到达读者手中。每一个流程都严格而规范，从而形成了非常成熟的体系，这使传统出版物质量好，人们认可度高。再如，传统出版物在装帧设计、印刷材质方面可以做到非常考究，信息载体不同，决定了它具有数字出版物无法具备的收藏价值。因此，人们的阅读习惯虽然发生了一些改变，但是由于数字化转型尚在进行中，传统出版产业在出版行业中依然有非常重要的地位，短时期内不会被取代。

1.2 传统出版的缺点

传统出版物的特性，又决定了它具有周期长、出版单位与读者之间无法形成很好的互动、携带起来不够便利、成本较高、滞后于技术等缺点。在现阶段数字化阅读越来越普遍的大趋势下，传统出版迫切需要进行迭代创新。传统出版在制作上，有赖于纸张与油墨，需要消耗大量的原材料，也会给环境带来一定的污染。在传播方式上，传统出版物营销方式单一，同质化严重。

2. 数字出版的特点

2.1 数字出版的优点

蓬勃发展的信息技术，使数字出版得到了快速发展，电子出版物成为阅读新时尚，改变了许多人的阅读习惯，人们足不出户即可进行海量阅读。出版进入了更广阔的新天地。

电子书形式多样，内容来源丰富，可以非常快速地更新、新增、删除，海量的图书资源，突破了时空的限制，加上有声读物、影音呈现等多元化形式、多种感官刺激的实现，能够激发受众信息获取的乐趣，同时使得作者与出版单位、读者有机地联系在一起。读者反馈与互动变得不再那么遥不可及，更便捷、更人性化、传播更迅速、更精准的方式，使得数字出版的发展如日中天。数字出版物凭借信息技术和编码转换，能够通过更小的介质，存储更广泛的数据信息，在信息检索、数据筛选、数据分析方面也有着传统出版物无法比拟的便捷，这使得用户能够突破时空限制，按需阅读，有效利用自己的碎片化时间。它摈弃了对纸张、油墨和印刷的硬性需求，不仅节省了大量的人力物力，而且缩短了出版周期，极大地降低了生产成本、运输成本与发行成本，并且更契合环保的理念。

2.2 数字出版的缺点

互联网技术给数字出版带来了丰富的资源。然而，在版权保护方面仍然面临着非常严峻的挑战。因此，出版产业需要基于传统的版权保护机制，才能保障出版各方权益，促进产业健康稳定地发展。电子图书盗版现象严重，未经授权就销售牟利的现象普遍存在，出版单位和作者的利益在一定程度上受到损害，这也制约了电子图书制作的发展。因此，如何从技术的角度进行更强有力的版权保护，也是非常值得探索的。此外，国内电子图书产业链结构还不是十分清晰，大多数出版单位对全面开展电子图书业务尚持谨慎态度。

3. 传统出版与数字出版从来不是对手关系

数字出版与传统出版之间一直以来都不是对立关系。人的阅读习惯是从启蒙时期开始的。目前大、中、小学，普遍还是以纸质书作为教材，人的行为习惯很难从根本上转变。作为家长，也很难接受孩子从启蒙阶段就过早地接触太多电子产品。因此，尽管互联网在一定程度上对传统出版造成了一定的冲击，但不难看到，它所带来的更多的是便利。纸质书的内容在网上以数字的形式传播，诚然，这对于纸质书有利也有弊，但总体上看，还是利大于弊。收费的电子书给出版单位带来了营收，也在一定程度上对纸质书进行了更大范围的宣传和推广。基于大数据技术，它可以根据人们的兴趣爱好，被推送到更精准的用户面前。实际上，习惯于纸质书阅读的用户，在此过程中更可能因为电子书的广告作用，而产生更多的购买行为。更何况，线上、线下阅读用户交叉数量事实上并不是非常多。

4. 融合是大势所趋

在人们思维发生转变、技术也已变革的大环境下，传统出版与数字出版深度融合势在必行。一方面，传统出版业多年来的稳定发展，与版权保护得力不无关系，强化数字版权保护的措施，却仍在完善当中。另一方面，在大数据时代，对信息及时高效共享的要求越来越高，传统出版模式受周期缓慢影响，已经慢慢落后于时代。因此，在全新历史环境下，融合传统出版与数字出版，才能弥补传统出版周期长、时效性不够的缺点，同时弥补数字出版版权保护方面的不足。

出版单位必须对数字技术给予高度重视，积极地通过运用新兴媒体技术包括大数据、云计算、智能语音、虚拟现实等，推出多样化、内涵丰富的产品，比如特定授权、定制阅读等灵活的模式，再经多样化的营销渠道，取得更好的经营成果。出版单位从自身发展利益出发，也亟需思考如何打通重构产业结构，抓住发展机遇，积极应对行业变化，整合资源，采取更贴合时代特征的发展策略。

4.1 技术支持上的融合

目前，很多出版单位在出版流程上顺应时代要求，进行了一定的调整，组建了专门的数字出版工作部门，并有针对性给予了专门的技术和工具支持，运用互联网、大数据等技术来提高图书出版的质量和效率。而有的出版单位与相关的技术公司建立了长期合作关系，依靠合作方强大的技术实力发挥自身的资源优势。同时如何兼顾版权保护，通过一系列技术措施来防止不法人员对内容的窃取和传播，确保作者与出版方的权益得到充分保障，从而维护稳定优质的作者队伍，提高自身的核心竞争力，也是出版单位需要认真思考解决的问题。

4.2 资源上的融合

经过多年的发展，国内多数专业出版单位，都通过传统出版积累了海量的高质量的出版物，也积累了深厚的作者资源。这些资源对新时代的出版无疑是非常宝贵的，甚至在某些学科或专业领域具备垄断优势。既然优质的内容资源是出版单位拓展数字出版业务、实现数字化转型升级的基石和核心竞争力，是数字出版业务开展的基础和关键，那么如何将这些优质资源进行数字化整合，利用互联网，通过多种方式、多个平台、多个渠道进行更快捷有效的传播？可以说，数据库产品建设是专业出版单位数字化转型升级中的重要路径，也是进行资源融合的有效途径。出版单位也应该根据自身特点和行业形势，明确资源整合大方向，做好内容资源评估、资源相关方的责权利明确划分等工作。

4.3 营销上的融合

传统出版销售渠道单一，图书推广受到诸多限制。随着时代发展，营销模式必须做出转变，从单一渠道向多渠道、从单一模式向多元化方向发展。可以整合线上、线下的资源，进行联合营销，扩大传统出版销售的覆盖范围，创新营销模式，积累大量固定的消费群体，进行再营销，从而不仅能增加利润，还能产生品牌效应，提升企业形象，实现社会效益与经济效益双赢。

4.4 人才上的融合

新形势产生新的需求，这也对出版队伍提出了更高的要求。时代发展太迅速，技术更新换代速度也比以往快很多，出版行业人员必须通过不断学习，掌握新知识和新技术，才能跟上时代的步伐。对出版单位来说，必须重视人才培养，在外部，可从高校中引进数字出版有关专业的毕业生，在社会上引进具备新媒体运营经验的高素质人才；在内部，需要注重具有出版经验的人才的数字化转型培训。这样从外部引进优秀人才与培养内部人才双管齐下，从而给数字出版行业更好的发展引进新的理念、知识和思想，让从业人员转变出版理念，充分利用新技术来提升自己的业务水平。具体可通过开设大量专业课程、参加相关研讨、借鉴国内外先进理念等方式，来加强融合出版专业人才队伍建设。

5. 图书的数字化转型落地案例

融合是大趋势、大方向，那么在出版工作中怎样进行有效融合，具体做法值得思考，现有一些案例供借鉴和参考。

5.1 纸书——电子书

畅销书《理财就是理生活》一书出版后，读者反响热烈。图书内容质量过硬、贴近生活、通俗易懂，在读者中形成了非常好的口碑。出版单位在社群营销方面进行了拓展，借助中国出版传媒商报网站和报纸进行宣传。

并且在纸质图书出版后，第一时间上线了电子书，取得了很好的销售成绩。出版单位还在喜马拉雅上开通了专栏频道，由专业播音员带读图书，对纸质图书和电子图书的销售也起到了推动的作用，实现了"理财就是理生活"这一概念的多元化展现，为后期出版的《理财就是理生活（手绘版）》起到了品牌增值的促进作用。

5.2 访谈——图书

2020年年初，阿里研究院联合中国工信出版集团电子工业出版社、21世纪大学、数字化企业研习社联合举办了一档数字化新商业访谈类节目——《新商业攻守道》，其定位是打造成数字经济时代的福特与泰勒对话平台，宗旨是共创商业新知，启迪数字未来。栏目聚焦数字化转型，邀请国内最具洞察和思想的企业领袖、专家"大V"，围绕当下社会最关心的数字新商业前瞻性、引领性议题，捕捉数字商业潮流风向、探讨前沿洞见理念，碰撞思想、洞察未来、陪伴思考，在数字经济的大潮中，共创数字化转型之路。其中基于访谈类节目的素材，使得《数字基建：通向数字孪生世界的迁徙之路》一书成功落地。要将访谈转化为图书内容，除要注意版权外，还需要对内容进行增补，图书是系统化工程，提升可读性和系统性、注意逻辑及前后对应，是做此类选题时需要重点关注的内容。

5.3 《强国基石》出版项目

工业化是现代化的核心，制造业做大做强是中国完成工业化进程的必由之路。中国制造起步于一穷二白，筚路蓝缕、从小到大，建立了门类齐全的现代工业体系，规模跃居世界第一，支撑我国实现了从贫穷落后的农业国到现代化工业国、再到具有全球影响力的经济大国的转变。

中央广播电视总台与工业和信息化部联合拍摄大型纪录片《强国基石》，展示了中国共产党领导下的工业和信息化事业的奋斗历程和历史性成就，该片播出成功为中国共产党成立100周年献礼。为进一步在全球范围内讲好中国工信故事，基于《强国基石》专题片内容，编辑团队以图书内容体现形式编撰，按照出版规范编辑、整理、审校图书内容并完成图书出版。以图文编排的编撰形式，出版发行了《强国基石》图书，已于2022年第一季度上市，本书的出版与专题片有效衔接，覆盖不同渠道，满足了不同读者和观众群体的需求。

此类项目的优势：现有内容再结合企业的增补内容，按照出版规范编辑、整理、审校图书内容并完成图书初稿，可以使得图书内容快速定稿，节省了大量的写作周期。在书中增加《强国基石》专题片的视频光盘/U盘，带动图书和视频的传播销售，此项目从内容上体现了传统出版与数字出版的有效融合。同时，在该书的正文、封面和封底等处加上央视频视频地址，供读者在线观看，给读者带来了便捷。

6. 需要特别注意的问题

基于趋势发展，在传统出版与数字出版融合发展的进程中，有几个方面需要引起特别的注意。

6.1 付费模式接受度有待进一步提高

人们很久以来已经形成了思维定式，即比较适应对报纸、杂志、图书的付费购买，而长久以来对网上碎片化信息的提取，惯性地认为网上的信息是免费的，一旦收费阅读，很多人无法接受。这也造成了盗版市场的猖獗。出版单位需要从长远利益出发，思路清晰明确，主动积极地进行数字化出版转型，深入理解和推动传统出版与数字出版的融合，而不是只看眼前一时利益，给自身发展带来一定的阻碍，失去潜在的发展机遇。具体到出版中，可以合理运用互联网技术，根据用户的实际需求，提供定制化产品，或者提供用户比较欢迎的服务。

6.2 数字出版需注重精品打造

随着各出版单位数字化转型工作如火如荼地开展，很多时候只注重时效性，而忽视了对内容的精品打造，只一味追求跟上数字出版的大潮流，想短平快、低成本获得快速的收益，却忽视了应该充分结合自身传统优势，根据受众的需求来量身定做内容质量与包装模式双优的数字化产品。长此以往，必然会给出版单位的声誉与社会效益带来非常不利的影响，因此需要引起注意。无论哪种出版模式，重视内容质量才是王道。具体措施：充分考虑市场细分实际情况，充分考虑用户的实际需求，必要时可以为特定用户打造特色产品，以更好地进行产品的服务。

6.3 做好数字版权的保护

版权对出版行业是需要非常严肃对待的问题。尤其是在数字版权保护方面，目前相关的法律法规还不是特别完善，存在的问题依然非常严峻。许多网民的版权意识不足，数字出版物又非常容易获得和复制、传播，因此，盗版情况尚非常普遍。为了出版行业的健康有序发展，必须根据数字出版的特点来进行相关法律法规的完善。出版单位还应该根据自身需要，成立专门的保护部门，由专业人员负责进行数字版权的监管和保护，提升技术保护手段，与时俱进，坚决打击盗版行为，保护自身和作者的权益。

数字出版由于采用了大量信息技术和数据管理技术，会存在技术类图书被破解的情况出现，这一点需要从技术角度进行有效防范，不然会对纸版图书造成巨大影响。以某平台的电子书为例，文档没有任何加密，只要是会员，打开书，里面的文字都是直接呈现的，会员可以下载所有纸版图书，再配合简单的爬虫，逐页下载即可实现盗版。这类技术性问题，需要重点解决。另外，平台的监管也

（下转第157页）